

Daftar Pustaka

- Alfarizi, M. K. (2023). *Penjelasan Lengkap Es Krim Mixue: Belum Punya Serifikat Halal, Bukan Berarti Tidak Halal*. Tempo.Co.<https://bisnis.tempo.co/read/1679782/penjelasan-lengkap-es-krim-mixue-belum-punya-serifikat-halal-bukan-berarti-tidak-halal>
- Amala, I. A., & Riyantini, R. (2019). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Sandiaga Uno di Media Online Terhadap Sikap Masyarakat (Survei di Kelurahan Tanah Baru, Depok). *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(02), 72. <https://doi.org/10.33822/jep.v1i02.958>
- Chessa, A. G., & Murre, J. M. J. (2004). A memory model for internet hits after media exposure. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 333(1–4), 541–552. <https://doi.org/10.1016/j.physa.2003.10.037>
- Duong, H. T., & Liu, J. (2019). Vaping in the News: The Influence of News Exposure on Perceived e-Cigarette Use Norms. *American Journal of Health Education*, 50(1), 25–39. <https://doi.org/10.1080/19325037.2018.1548315>
- Effendi, O. U. (1993). *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. PT Citra Aditya Bakti Bandung.
- Era Susanti, Nilam Sari, K. A. (2018). Pengaruh Labelisasi Halal Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Kemasan (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam. *Ekobis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 2(1), 44–50. <https://doi.org/10.35457/translitera.v9i2.945>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. 154.
- Habe, H., Nuzleha, N., Saleh, K., & Theresia, T. (2022). Pengaruh Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembeli Pada Toko Ammar Jaya Berkah Di Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen Mandiri Saburai (JMMS)*, 6(2), 127–134. <https://doi.org/10.24967/jmms.v6i2.1723>
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1). <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1820>
- Hermawanti, F., Prisanto, G. F., Yulianto, K., & Ruliana, P. (2021). Pengaruh Terpaan Media #GundikLintasBUMN Pada Twitter terhadap persepsi profesi pramugari. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 7, No.1, 346–356. <http://dx.doi.org/10.29313/.v7i1.27198>
- Ihsan, M. (2016). Pengaruh Terapan Media Internet dan Pola Pergaulan Terhadap Karakter Peserta Didik. *Tsamrah Al-Fikri*, 10, 103–120. <http://riset-iaid.net/index.php/TF/article/view/8/10>
- Kevin, D., & Sari, W. P. (2019). Pengaruh Terpaan Media Online Terhadap Brand Image Kini Capsule. *Prologia*, 2(2), 291. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3590>
- Kukuh Judy Handoyo, N. E. S. (2022). Dampak Atribut Produk, Virality, Dan Rekomendasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4, 1362–1372.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell Dan Stimulus-Organism-Response Dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.65>
- Maulidina, C. P., & Dunan, A. (2023). Pengaruh Terpaan dan Nilai Berita Hoaks Politik Akun Instagram @ tempo . cekfata Terhadap Sikap Followers Akun @ tempo . cekfakta. *Ubharajaya*, 5, 10–19.

- Meiryani. (2021). *Memahami Koefisien Determinasi Dalam Regresi Linear*. Accounting.Binus.Ac.Id. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/#:~:text=Nilai koefisien determinasi yaitu antara,dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.>
- Mohammad, H. (2023). *Mixue Kantongi Sertifikat Halal, Begini Prosedur Memperoleh Fatwa Halal MUI*. Tempo.Co. <https://bisnis.tempo.co/read/1693511/mixue-kantongi-sertifikat-halal-begini-prosedur-memperoleh-fatwa-halal-mui#:~:text=Mixue mendapat sertifikat halal dengan,berlaku mulai 16 Februari 2023.&text=Ketua MUI Bidang Fatwa%2C Asrorun,Mixue telah sesuai produk>
- MUI. (2023). *Tetapkan Kehalalan Mixue Ice Cream & Tea, MUI: Produknya Halal dan Suci*. Mui Digital. <https://mui.or.id/berita/49191/tetapkan-kehalalan-mixue-ice-cream-tea-mui-produknya-halal-dan-suci/>
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Murhanjati, T. (2020). Pengetahuan Makanan Halal Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Halal Pada Siswa Tata Boga. *Uny.Ac.Id*. <https://journal.uny.ac.id/index.php/ptbb/article/download/36482/14863>
- Nanda, R. P. (2023). *Menilik Fenomena Mixue: Teori Agenda Setting, Pemasaran, Hingga Sertifikat Halal*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/redho-prima-nanda/menilik-fenomena-mixue-teori-agenda-setting-pemasaran-hingga-sertifikat-halal-1zbuqBywKKK>
- Nasution, D. D. (2023). *Mixue Bisa Tidak Halal Jika...* Replubika. <https://ekonomi.republika.co.id/berita/ro1zxt502/mixue-bisa-tidak-halal-jika>
- Nur, F. (2021). Jaminan Produk Halal di Indonesia Terhadap Konsumen Muslim. *Likuid*, 01, 44–54. <https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/likuid/article/download/12732/5599>
- Philip Kotler, G. A. (2004). *dasar dasar pemasaran* (ed. 9). jakarta indeks.
- Philip Kotler, G. A. (2009). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid 1*. Penerbit Erlangga.
- Prasad, S., Garg, A., & Prasad, S. (2019). Purchase decision of generation Y in an online environment. *Marketing Intelligence and Planning*, 37(4), 372–385. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2018-0070>
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Puspasari, H., & Puspita, W. (2022). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Tingkat Pengetahuan dan Sikap Mahasiswa terhadap Pemilihan Suplemen Kesehatan dalam Menghadapi Covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13(1), 65. <https://doi.org/10.26630/jk.v13i1.2814>
- Rizal, V. Z., & Lubis, E. E. (2014). Social Media Marketing Twitter dan Brand Image Restoran Burger. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 29–36. <https://jkms.ejournal.unri.ac.id>
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen*, 09, : 2596-2620. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i07.p07>

- Sjoraida, D. F., Dewi, R., Adi, A. N., & Dipa, A. K. (2021). Penggunaan media sosial dalam membangun reputasi anggota legislatif di Jawa Barat. *PROfesi Humas Jurnal Ilmiah Ilmu Hubungan Masyarakat*, 6(1), 89. <https://doi.org/10.24198/prh.v6i1.32112>
- Sucofindo. (2023). *Mengapa Sertifikasi Halal Produk Penting Bagi Perusahaan?* Sucofindo.Co.Id.<https://www.sucofindo.co.id/artikel-1/perdagangan-besar-dan-eceran/sertifikasi-5/mengapa-sertifikasi-halal-produk-penting-bagi-perusahaan/>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif dan R&D*. alfabeta.
- Suharyanti, & Sutawidjaya, A. H. (2013). Analisis Krisis Pada Organisasi Berdasarkan Model Anatomi Krisis Dan Perspektif Public Relations. *Journal Communication Spectrum*, 2, 165–176.
- Syarief, F. (2017). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Proses Pembentukan Opini Publik. *Jurnal Komunikasi*, 8(3), 262–266.
- Tang, M., & Zhu, J. (2019). Research of O2O website based consumer purchase decision-making model. *Journal of Industrial and Production Engineering*, 36(6), 371–384. <https://doi.org/10.1080/21681015.2019.1655490>
- Tranggono, D., Nidita Putri, A., & Juwito, J. (2020). Pengaruh Terpaan Iklan Nacific di Instagram terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific pada Followers Akun @nacificofficial.id. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 141–155. <https://doi.org/10.15642/jik.2020.10.2.141-155>
- Valiant, V., & Gassing, S. S. (2023). Pengaruh Terpaan Pemberitaan Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Survey Pada Followers @KOMPASTV. *XXVIII*(3), 288–298.
- Yousaf, M., Li, W., & Yousaf, Z. (2020). The News Media Exposure and Polarization of Public Opinion: The Limits of Social Functions of the Agenda-setting Role of Mass Media. *Global Media Journal-Pakistan Edition*, XIII(1), 36–51.
- Yuliantari, K., & Widayati, K. (2020). Kualitas Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT ABC. *Jurnal Perspektif*, 18(1), 60–67. <https://doi.org/10.31294/jp.v18i1.7574>
- Zukarnain. (2022). Pengaruh Terpaan Berita Media Massa Tentang Kasus Sambo Terhadap Citra Polri Di Mata Mahasiswa. *I2*(2), 1–15.